Marketing de Games

Aula 1 - Introdução

Prof. Marcos V. Cardoso

Agenda

- Apresentação do professor e consultor
- Apresentação dos alunos
- Apresentação da disciplina
- Discussão o que é Marketing
- Conceitos básicos de MKT

Alunos

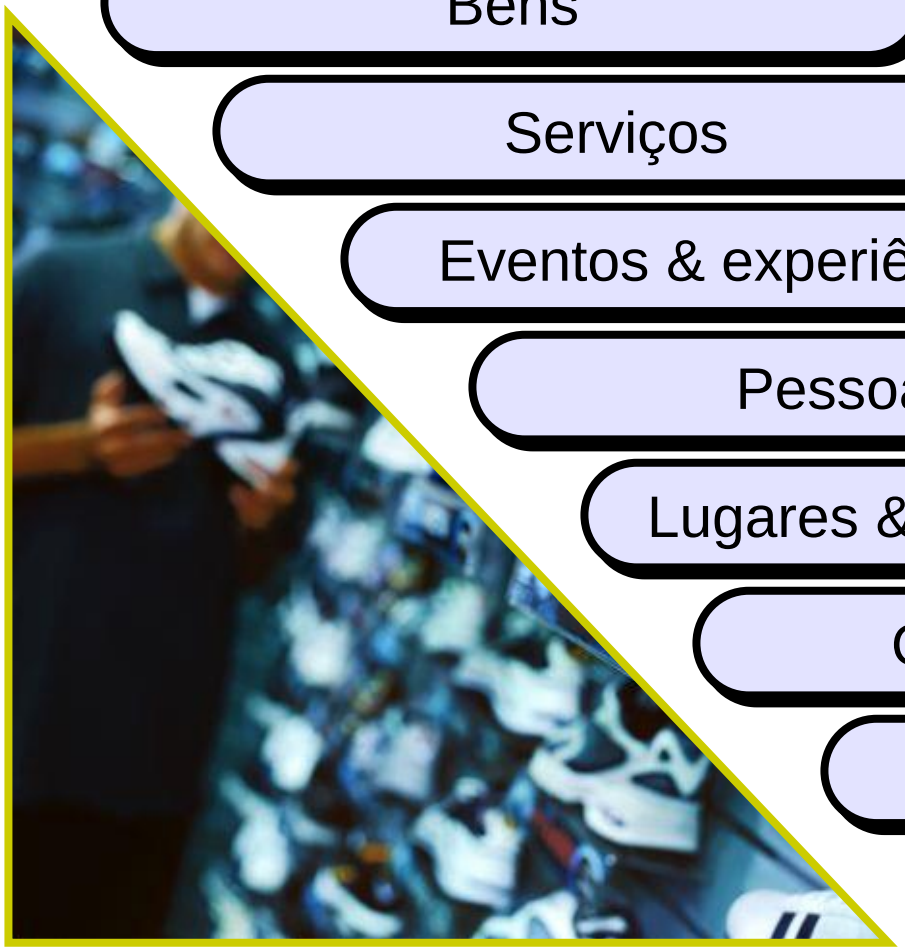
- Nome
- Idade
- Onde?
- O que mais gostou no curso?
- O que espera da disciplina?

Definições para Marketing

- A atividade, o conjunto de conhecimentos e os processos de criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade como um todo (AMA – American Mkt Assoc).

- Suprir necessidades gerando lucro (Kotler).

A que se aplica o marketing?



- Bens
- Serviços
- Eventos & experiências
- Pessoas
- Lugares & propriedades
- Organizações
- Informações
- Idéias

Marketing vs Propaganda

Marketing

- Conjunto de atividades e ferramentas.
- Característica: planejamento.
- Envolve-se com toda a empresa.
- Medidas: Mkt share e Lucro $$$$.
- Responsabilidade: sobrevivência do negócio.

Propaganda

- Uma das ferramentas de marketing.
- Característica: criatividade.
- Serviço normalmente contratado.
- Medidas: Conhecimento de marca, SOV.
- Responsabilidade: construir a imagem do produto/ empresa.

Consumidor – O início de tudo

- Comportamento do consumidor – atividades com que as pessoas se ocupam quando obtêm, consomem e eliminam produtos e serviços (Blackwell, Miniard e Engel).

O comportamento do consumidor

Influências no consumidor
- -> Cultura
- -> Classe Social
- -> Fase de Vida
- -> Grupos de Referência
- -> Outras

Influências Organizacionais
- -> Marca
- -> Propaganda
- -> Preço
- -> Embalagem
- -> Outras

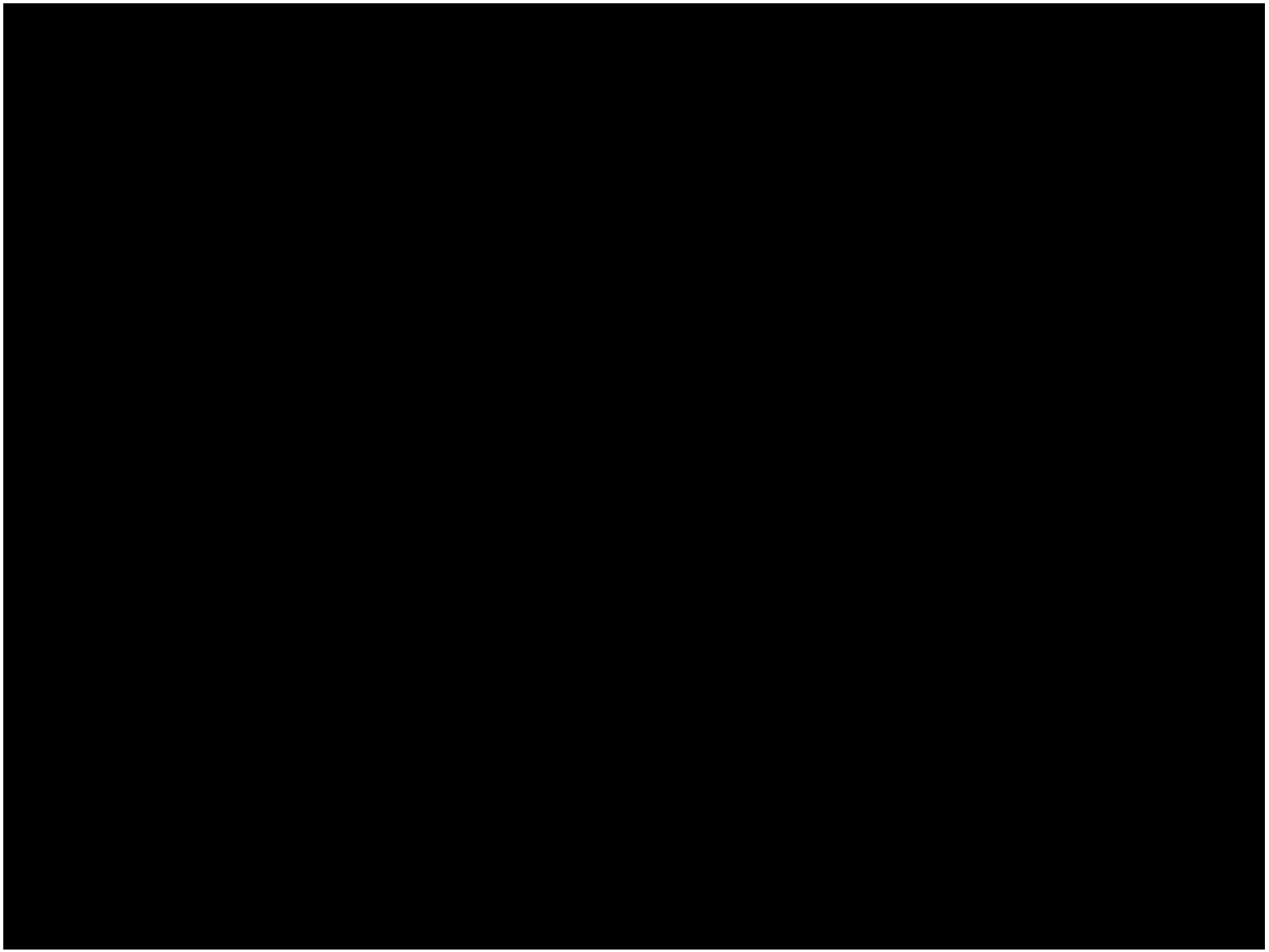
Obtenção

Consumo

Eliminação

Comportamento do Consumidor

Muda com o tempo..!!!!!!

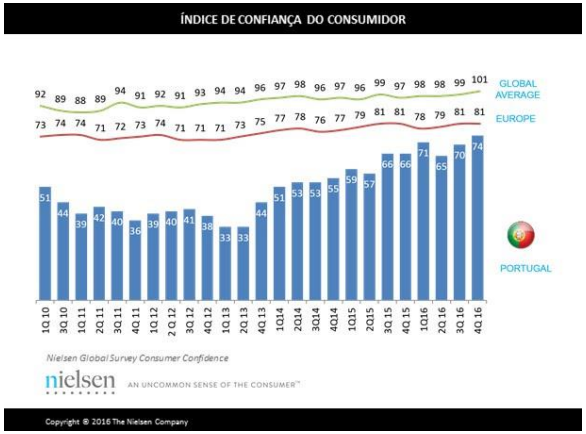


Como conhecer o consumidor?

- Observação.

- Levantamentos de dados.

- Pesquisas – continuas e ad-hoc.



O profissional de Marketing

- Busca influenciar o nível, a oportunidade e a composição da demanda para atender os objetivos da organização.

- Deve saber identificar as causas da demanda e determinar formas para alterá-la de acordo com os objetivos da organização.

Conceitos fundamentais

- Necessidades: requisitos básicos do ser humano. (ar, comida, água, roupas, abrigo, recreação, instrucão, etc.)

Conceitos fundamentais

- Desejos: necessidades voltadas a objetos específicos (ex: necessidade de se alimentar e desejo por batatas fritas.)

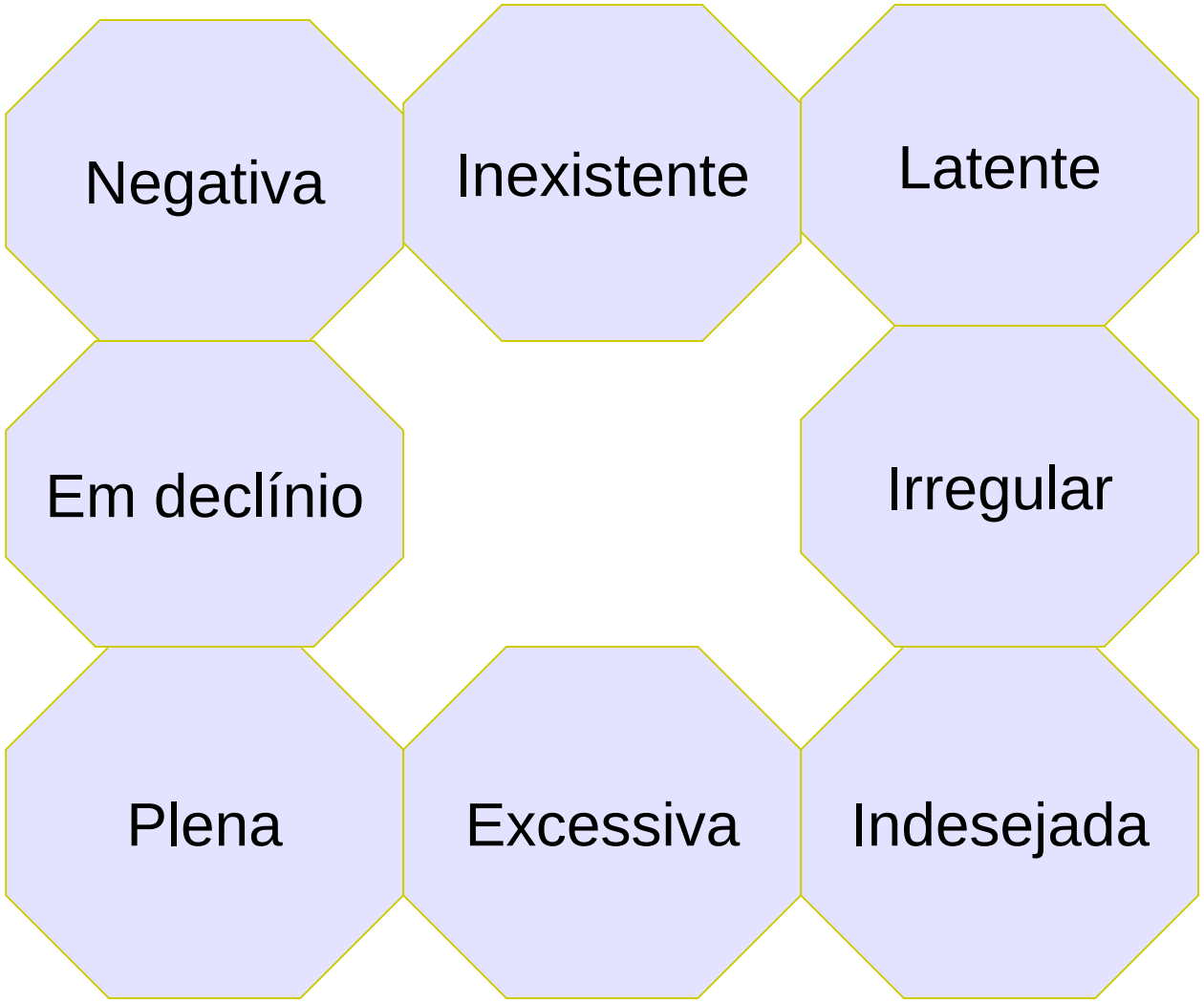
Conceitos fundamentais

- Demandas: desejos por produtos específicos com a possibilidade de serem adquiridos. (ex: necessidade de se alimentar, desejo por carne e demanda por filé mignon).

Desejo de muitos: Demanda de poucos

A suíte Royal Villa no Grand Resort Lagonissi na Grécia

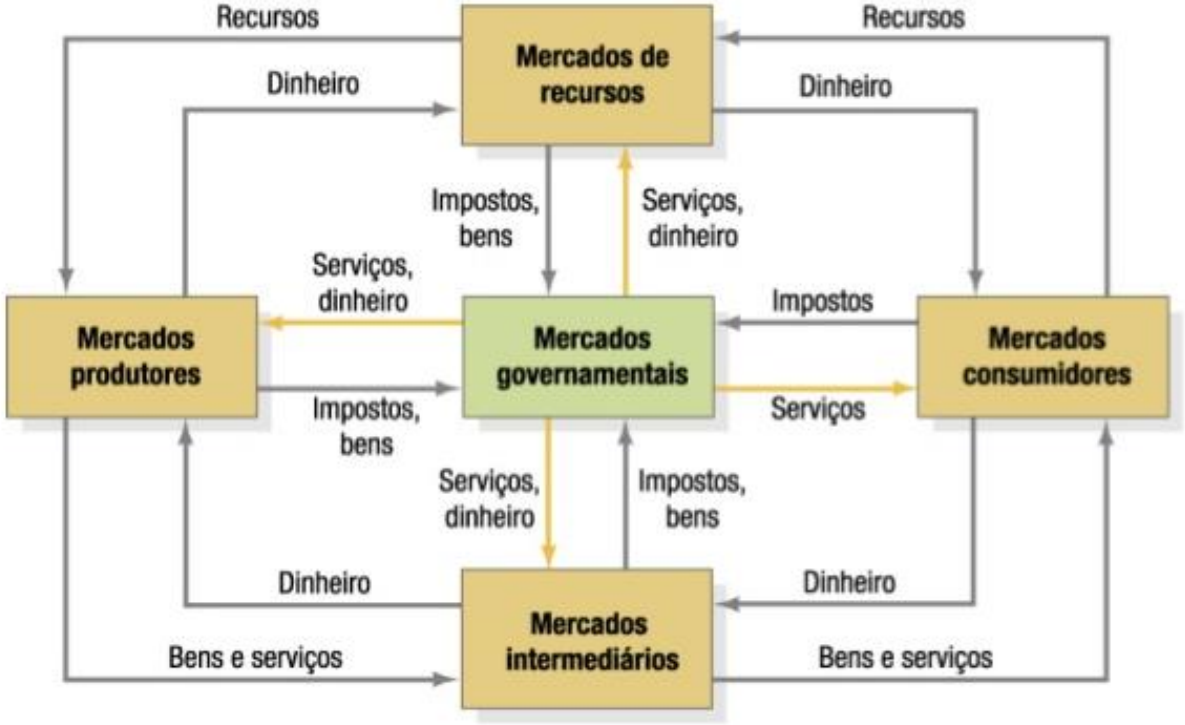
Estados de demanda



Mercados

- Conjunto de compradores e vendedores que efetuam transações relativas a determinado produto ou classe de produtos.

ESTRUTURA DE FLUXOS EM UMA MODERNA ECONOMIA DE TROCA



O mercado não é mais o que era antes…

- Mudança tecnológica
- Globalização
- Desregulamentação
- Privatização
- Aumento do poder do cliente
- Customização
- Convergência setorial
- Desintermediação

Conceitos fundamentais

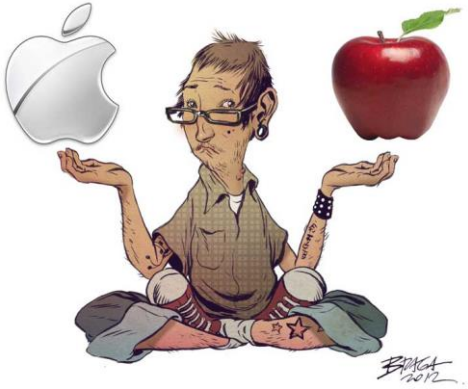
- Proposta de valor: conjunto de benefícios oferecidos aos clientes para satisfazer suas necessidades.

- Oferta: materialização da proposta de valor (intangível) de uma empresa.

- Marca: oferta de uma fonte conhecida.

Conceitos fundamentais

- Valor: relação entre os benefícios tangíveis e intangíveis proporcionados pelo produto e seus custos financeiros e emocionais.



- Satisfação: reflete julgamento entre desempenho percebido em relação às expectativas.

Obrigado !!!!